

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel sebesar 80 responden nasabah yang menggunakan layanan *e-banking* pada Bank Mandiri di Surabaya dengan pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan aplikasi SPSS 22.0 dan WarpPLS 3.0 didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Variabel Persepsi Manfaat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Layanan *e-banking* Bank Mandiri di Surabaya.
2. Variabel Persepsi Keamanan dan Kerahasiaan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Layanan *e-banking* Bank Mandiri di Surabaya.
3. Variabel Kepuasan Nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Layanan *e-banking* Bank Mandiri di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah tidak mendapatkannya ijin langsung dari pihak Bank Mandiri, selain itu sulit mendapatkan responden yang bukan pelajar atau mahasiswa walaupun peneliti telah menyebarkan kuisisioner ke berbagai tempat.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada terdahulu dan penelitian sekarang, maka penelitian memberikan saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank Mandiri di Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian ini pendapat responden yaitu :

- a. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan Nasabah pada Layanan *E-Banking* Bank Mandiri di Surabaya. Hal ini dapat membantu Bank Mandiri untuk terus meningkatkan kualitas layanan *e-banking* dengan cara memperbaiki teknologi layanan *e-banking* dengan melakukan pembaharuan website *internet banking* dan *mobile banking* dan juga menambah counter ATM agar nasabah lebih mudah melakukan transaksi, dan layanan *e-banking* bermanfaat, juga menguntungkan nasabahnya.
- b. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pada layanan *e-banking* Bank Mandiri di Surabaya. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting, semakin tingginya rasa puas nasabah, maka nasabah akan loyal terhadap layanan *e-banking* bank Mandiri. Upaya yang dapat dilakukan Bank untuk menanamkan rasa kepuasan nasabah Bank Mandiri dapat dilakukan dengan cara menambah inovasi baru terhadap layanan yang sudah tersedia dengan layanan *e-banking* sesuai kebutuhan nasabah.

Mempertahankan kualitas layanan *e-banking* dengan cara memperbaiki teknologi agar nasabah dapat mengakses layanan tersebut dengan mudah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan tidak hanya menggunakan variabel yang telah digunakan, dapat menambah dan memperbaiki instrument penelitian seperti menambah jumlah item indikator pernyataan dan menambah jumlah variabel lain. Untuk hasil yang lebih baik disarankan peneliti selanjutnya tidak hanya menggunakan data kuesioner saja, tetapi juga menggunakan data wawancara agar mendapatkan hasil yang lebih akurat. Memperluas wilayah penelitian sehingga bisa memperoleh gambaran penelitian yang lebih luas.

DAFTAR RUJUKAN

- Asad Ilyas, Rizwan Qaiser Danish, Hammad Nasir, Fida Hussain, Muhammad Rizwan Malik, Saleha Munir 2013, "Factors Affecting the Customer Acceptance of E – banking". *Journal of Basic and Applied Scientific Research*. Vol. 3. Pp 474 – 480.
- Akinyemi, Asani, A.A Adigun 2013, "An Investigation of Users Acceptance and Satisfaction of E-banking system as a Panacea toward a Cashless Economy in Nigeria". *Journal of Emerging Trends in Computing and Information Sciences*. Vol. 4 (December). Pp 954 – 963.
- Burhan Bungin. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi* Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Cermen R. Wilson Van Voorhis, Betsy L. Morgan 2007, "Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes". *Tutorial in Quantitative Methods for Psychology*. Vol. 3. Pp 43 - 50.
- Edukasi, Solusi Bentengi Transaksi E-Banking diakses 26 Nopember 2015 dari <http://infobanknews.com/edukasi-solusi-bentengi-transaksi-e-banking/>
- Faisal Qayyum, Haider Ali 2012, "Factors Determining Customers Adoption of Internet Banking". *Journal A Quantitative Study of Swedish Customers*. (June). Pp 1 – 56.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Service Management "Mewujudkan Layanan Prima"*. Edisi 1. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- G S Gireesh Kumar, Bijoy A P dan Ajimo George 2012, " Effect of Sevice Quality Dimensions on Adoption of Internet Banking- An Empirical investigation of Customer Perspectives in Kerala". *International Conference on Bussiness, Finance and Geography*. Pp 182-188.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta PT Gramedia Pustaka.
- Imam Ghazali dan Hengky Latan. 2012. *Partial Least Square: Konsep, Metode dan Aplikasi*. Edisi 1 Universitas Diponegoro Semarang.

_____, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*

_____, 2014. *Partial Least Square: Konsep, Metode dan Aplikasi*. Universitas Diponegoro Semarang.

Juliansyah Noor. 2011. *Metode Penelitian* Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Julius R. Latumaerisa. 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta : Salemba Empat

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia diakses 18 Oktober 2015 dari <http://tekno.kompas.com>

Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan* Jakarta : Raja Grafindo Persada

Long Nguyen, Duc Tho Nguyen, Tarlok Singh 2014, "Effect of Trust on Customerintention to Use Electronic Banking in Vietnam". *Proceedings of Global Business and Finance Research Conference*. ISBN : 978-1-922069-50-4 (May). Pp 1 – 24.

Majalah Infobank 2014.

Mei Mei Lau 2013, "Measuring Service in the Banking Industry : A Hongkong Based Study" . *Contemporary Management Research*. Vol.9 (September). Pp 263 – 282.

Neha Dixit 2010, "Acceptance of E – banking Among Audit Customers : An Empirical Investigation in India". *Journal of Internet Banking and Commerce*. Vol.15 (August). Pp 1 – 17.

Ririn tri ratnasari dan Mastuti H. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta :Ghalia indonesia.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi13 Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Shahram Gilaninia, Mohammad Talehgani, Taher Taheri 2011, "Study of Effective Factor on Customers Trust in Electronic Banking Service". *Journal of Contemporary Research in Business*. Vol. 3 (December). Pp 472 – 478.

Syofian Siregar, 2012. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta : Rajawali Pers.

_____, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenada

Transaksi e-banking meningkat diakses pada 15 Oktober 2015 dari
<http://keuangan.kontan.co.id/news/bank-menggeber-transaksi-e-banking>.

Wadie Nasrie, Mohamed Zarai 2014, "Empirical Analysis Of Internet Banking Adoption In Tunisia". *Journal Asian Economic and Financial Review*. Vol. 4. Pp 1812 – 1825.

Wawan Dhewanto, Hendrati Dwi Mulyaningsih, Anggraeni Permatasari, Grisna Anggadwita, dan Indriany Ameka. 2014. *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*, Yogyakarta : Penerbit Andi.

Y. Aysha Fathima, S. Muthumani 2015, "User Acceptance of Banking Technology with Special Reference to Internet Banking". *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. Vol. 73 (March). Pp 12 – 19.

Zaraq Zahoor 2015, "A Study Of Customer Satisfaction OF Aircel Customers: A Research Conducted in Srinagar". *Journal of Research in Commerce and Management*. Vol.4 (March). Pp 42 – 52.

